

نحــو عـــلم اجتمـــاع تنــويــري
Towards an enlightened sociology
الدراسـات والأبحـاث الإنسانية والسوسيولوجية

نظرية نقد المجتمع الاستهلاكي عند جان بودريار

حسام الدين فياض
باحث وأكاديمي سوري



- المقالات السوسيولوجية

- حسام الدين فياض

- علم الاجتماع / النظرية النقدية المعاصرة

- نظرية نقد المجتمع الاستهلاكي عند جان بودريار

- نحو علم اجتماع تنويري للدراسات والأبحاث الإنسانية والسوسيولوجية
- المجلد: 02 / العدد: 014
- ماردين 15 يناير – كانون الثاني 2025

نظرية نقد المجتمع الاستهلاكي عند جان بودريار

"أنا أستهلك إذن أنا موجود... المستهلك أصبح شخصية اجتماعية تمثل التطلعات الشرهة العمياء والوهمية، إذ تحول البحث الفردي المحموم عن اللذة إلى عائق أمام كل انشغال بالشأن العام"[1].

لا تستغني الحياة الواعية عن **الممارسة النقدية**، ولا يشك أحد في ضرورة النقد للواقع السائد في نظم المعرفة والقيم والاجتماع، وأنماط الفكر والفعل والسلوك، إذ إن إحياء الحس النقدي معناه إحياء الحس بالحرية والاستنارة، وضرورة التغيير والتقدم والحوار المستمر. وعلى الرغم من تعدد **مفاهيم النقد*** وتنوع أساليب تطبيقه وميادينه، فهو في تصوره البسيط المباشر يتضمن مناهج المراجعة والتقييم للأفكار والوقائع والأفعال التي تنطلق من معايري معينة، كما يستهدف الكشف عن تعارض تلك الأفكار والوقائع والأفعال مع هذه المعايير التي أصابها العجز والفساد، بُغية العمل على " رفعها " وتجاوزها[2].

انطلاقاً من **جوهر الممارسة النقدية**[3] سنحاول تقديم قراءة سوسيولوجية – نقدية لأبعاد المجتمع الاستهلاكي وممارسته الثقافية، وهذا يحتم علينا بالضرورة قبل

---

(1) حميد زناز: **متاهة الاستهلاك**، صحيفة العرب الدولية، لندن، العدد: 11386، الأحد 2019/06/23، ص(13)

* لمزيد من القراءة والاطلاع حول مفهوم النقد انظر: حسام الدين فياض: **النقد الاجتماعي**، مجلة الجديد، لندن، العدد 73 فبراير / شباط، 2021، ص(124).

(2) عبد الغفار مكاوي: **النظرية النقدية لمدرسة فرانكفورت – تمهيد وتعقيب نقدي**، مؤسسة هنداوي، المملكة المتحدة، ط2، 2018، ص(9).

(3) حول مفهوم الممارسة النقدية انظر حسام الدين فياض: **مقالات نقدية في علم الاجتماع المعاصر (النقد أعلى درجات المعرفة)**، سلسلة نحو علم اجتماع تنويري الكتاب الثالث، دار الأكاديمية الحديثة، أنقرة، ط1، 2022، ص(11- 19).

الخوض في استعراض موقف **جان بودريار*** النقدي توضيح مجموعة من المفاهيم التي تشكل المدخل الأساسي لفهم **نظرية المجتمع الاستهلاكي عند بودريار**، وهي كالآتي:

– **الثقافة الاستهلاكية**: يعتبر **مفهوم الاستهلاك *consumption concept*** من أعقد المفاهيم في العلوم الاجتماعية، لأن **الاستهلاك عملية جماعية لها جوانبها الاجتماعية المهمة**. إن أغلب ما يستهلكه الفرد هو الاستهلاك. ولذلك عُرف الاستهلاك بوصفه العملية التي يتم من خلالها تدمير المنفعة الاقتصادية للسلعة باستعمالها استمالاً كاملاً[4]. بذلك يعد مفهوم الاستهلاك من الظواهر الاجتماعية العامة في مختلف المجتمعات، كما أنه لا يقتصر على مجرد إشباع الحاجات والمتطلبات الإنسانية فقط، بل إنه يتضمن مجموعة من الوظائف تختلف باختلاف الثقافات بعامة والثقافات الفرعية بخاصة، إذ يوجد في داخل كل مجتمع مجموعة من الثقافات الفرعية، التي يتم تحديدها طبقاً لمعايير مختلفة. فعلى أساس المعايير الاقتصادية والاجتماعية ينقسم أفراد المجتمع ويتم تصنيفهم إلى **طبقات** (عليا، وسطى، دنيا) وعلى أساس النوع، (ذكور وإناث) وعلى ساس المنطقة الجغرافية إلى سكان (المدن، القرى، الأحياء، العشوائيات، المقابر، المدن الجديدة... إلخ)، وعلى أساس **السن**، إذ يتوزعون إلى (أطفال ومراهقين، وشباب، ومسنين) وعلى أساس

---

* **جان بودريار *Jean Baudrillard* 1929 –2007 فيلسوف فرنسي وعالم اجتماع وعالم اجتماع ثقافي**. يُشتهر بتحليلاته المتعلقة بوسائط الاتصال والثقافة المعاصرة والاتصالات التكنولوجية، بالإضافة إلى استنباطه مبادئ مثل **المحاكاة والواقع المفرط**. كتب بودريار عن مواضيع متنوعة، كالنزعة الاستهلاكية والمجتمع الاستهلاكي والأدوار الجندرية والاقتصاد والتاريخ الاجتماعي والفن والسياسية الخارجية الغربية والثقافة الشعبية. من أكثر أعماله شهرة نجد مجتمع الاستهلاك 1970، ومرآة الإنتاج 1973، والتبادل الرمزي والموت 1976، ونظام الأشياء 1968... وغيرها. غالباً ما تُربط أعماله بفلسفة ما بعد الحداثة وتحديداً ما بعد البنيوية.

(4) موقع مقاتل: ثقافة الاستهلاك، http://moqatil.com/openshare/Behoth/Mnfsia15/Thqaflstih/sec01.doc_cvt.htm

إيديولوجي، تتحدد اتجاهاتهم (ليبرالي، اشـــــتراكي، راديكالي... إلخ).. إلى غير ذلك من المعايير الأخرى[5].

تشـير ثقافة الاسـتهلاك إلى تلك الجوانب الثقافية المصـاحبة لعملية الاسـتهلاك بوصـفها مجمل المعاني والصـور والرموز التي تصـاحب عملية الاسـتهلاك، فالأفراد يسـتهلكون بجانب اسـتهلاكهم للسـلع المادية، الصـور والمعاني والرموز المرتبطة بها، كما أنهم يتخذونها رموزاً يتخاطبون بها خطاباً صامتاً في الحياة اليومية[6].

لا يوجد إجماع على التاريخ الذي بدأت فيه ثقافة الاســـتهلاك، فقد ذهب **نيل ماكندريك** ورفاقه 1982 إلى أن ثقافة الاســـتهلاك بدأت في القرن الثامن عشـــر في إنجلترا لتســـويق الأزياء مع التغيير في الذوق العام، وبحســـب هؤلاء المؤرخين فإن الميل الجديد لأسلوب حياة مختلف رفع الطلب على الملابس التي كانت تنتج بكميات ضخمة جراء الابتكارات التقنية في صناعة الغزل والنسيج، والطفرة في التسويق والتي اسـتفادت من تقنيات الطباعة في الإعلان على نطاق واسـع. بينما ذهب مؤرخ آخر، وهو **روزاليند وليامز** 1982، إلى أن **ثورة الاسـتهلاك** بدأت في أواخر القرن التاسـع عشـــر بفرنســـا، عندما حولت الجهود الحثيثة لتجار التجزئة باريس إلى محطة للاستهلاك الجماهيري، من خلال إقامة المعارض في الفترة من 1889 إلى 1900م، ويرى أن هذه المعارض ســـاهمت بشـــكل كبير في تطوير المتاجر المختلفة وتنمية الثقافة الاستهلاكية[7].

[5] منى السيد حافظ عبد الرحمن: **الأبعاد الثقافية في دراسة الاستهلاك مع إشارة خاصة للدراسات العربية رؤية سوسيولوجي واستشرافه مستقبلية**، حوليات آداب عين شمس، المجلد: 40، أكتوبر- ديسمبر، 2012، ص(322).

[6] أحمد زايد وآخرون: **الاستهلاك في المجتمع القطري أنماطه وثقافته**، الدوحة، مركز الوثائق والدراسات الإنسانية، مؤسسة العهد، 1991، ص(65).

[7] مي عباس: **غزو ثقافة الاستهلاك والعبث بالأسرة**، مجلة البيان، العدد: 369، جمادى الأولى 1439 ه / يناير - فبراير 2018 م.

وعلى العموم يشير مصطلح ثقافة الاستهلاك إلى ترابط الأنشطة الاقتصادية مع الممارسات الثقافية، وهذه الممارسات تتحدد بدقة في ضوء رأس المال وسيكولوجية الأفراد. ويستخدم مصطلح ثقافة الاستهلاك للتأكيد على أن عالم السلع يلعب دوراً أساسياً في فهم المجتمع المعاصر، حيث يؤكد **التحليل السوسيولوجي** لثقافة الاستهلاك على بعدين: **الأول:** البعد الثقافي للعملية الاقتصادية، ويقصد به عملية إضفاء معانٍ رمزية على السلع المادية واستخدامها كوسائط للتواصل أو التمايز الاجتماعي. أما **الثاني:** اقتصاديات السلع الثقافية، وهي فلسفة فاعلة ومؤثرة في مجال أنماط الحياة وأسلوب المعيشة لدى الجماعات والشرائح الاجتماعية في مختلف المجتمعات والثقافات. كما أن مصطلح ثقافة الاستهلاك لا يشير لثقافة تحمل مظاهر ثقافات الشعوب التقليدية من قيم ومعتقدات وفنون وعادات، بل يشير بالدرجة الأولى إلى الجوانب الغريزية وإلى المظاهر والكماليات، حيث تتحدد قيمة الإنسان بمقدار ما يقتنيه من أشياء مادية أو مال، وتعمل الثقافة الاستهلاكية على تحويل جميع مظاهر الثقافة الإنسانية، وأبرزها الفنون إلى سلعة تجارية[8].

ويؤكد **علماء الاجتماع** أن ثقافة الاستهلاك أصبحت ظاهر عامة، وقاسماً مشتركاً بين كل المجتمعات، ومكوناً من مكونات كل ثقافة، وذلك نتيجة لما تمارسه المصادر المختلفة من تأثير على سلوك الأفراد، في اتجاه الميل نحو الاستهلاك، بل وجعل الاستهلاك هدفاً في ذاته. كما يؤكد علماء الاجتماع باستخدامهم مصطلح ثقافة

---

https://www.albayan.co.uk/MGZarticle2.aspx?ID=6125

[8] رويدة احمد محمد عيفة: **ثقافة الاستهلاك المفهوم والقضايا النظرية**، مجلة البحث العلمي في الآداب، جامعة عين شمس، القاهرة، العدد:17، 2016، ص(2-3).

الاستهلاك أن عولمة السلع والمبادئ التي تقوم عليها بنية العولمة تعد مدخلاً أساسياً، لفهم المجتمعات المعاصرة.

وتساهم وسائل **الإعلام والإعلان وتكنولوجيا المعلومات** المعاصرة بدور رئيسي في شيوع الثقافة الاستهلاكية بالمجتمعات الإنسانية حيث تعمل على الإشباع الغريزي والتأكيد عليه، مما يؤدي فتح الباب دون قيود لاستيراد الثقافة الاستهلاكية وحدها، ومن ثم قتل الإبداع وثقافة الإنتاج، وتراخي الجهد الإنتاجي للتنمية، ودفع المجتمع نحو الاستدانة لتغطية تيار الاستهلاك، كما يلعب الاستهلاك دوراً في إثارة حرمان الجماهير وزياد مخزون التوتر، ومن ثم الرفض والتمرد[9].

من خلال ما تقدم يمكننا تعريف **الثقافة الاستهلاكية** ***consumer culture*** بأنها " جميع أساليب الحياة ومعانيها ورموزها، وثقافة الاستهلاك هي تلك الجوانب الثقافية المصاحبة للعملية الاستهلاكية، أي أنها مجموعة المعاني والرموز والصور التي تصاحب العملية الاستهلاكية، والتي تضفي على هذه العملية معناها وتحقق دلالتها في الحياة اليومية "[10]. كما يمكننا القول بأنها " ذلك النشاط الذي يشبع به الإنسان حاجاته، وهو يتوقف على عدد من العناصر تتمثل في الدخل والحاجات والنزعات النفسية وعادات الأفراد، حيث يؤدي نمط الإنتاج في المجتمع الحديث إلى خلق حاجات جديد عن طريق الإعلان وتسهيلات الائتمان التي تعمل على زياد الاستهلاك حتى أطلق عليه **المجتمع الاستهلاكي**، وكان لهذه الظاهرة آثار بعيدة على الاقتصاد

---

[9] علي ليلة: **تآكل الرفض الشبابي – تأملات مع بداية ألفية ثالثة، من ندوة الشباب ومستقبل مصر**، جامعة القاهرة، كلية الآداب، مركز البحوث والدراسات الاجتماعية العربي في علم الاجتماع، القاهرة، 2001، ص(58- 359).

[10] جمال الفخري: **الثقافة الاستهلاكية.. ضرورة ملحة**، صحيفة الإمارات اليوم، دبي، 08 سبتمبر 2014. https://www.emaratalyoum.com/business/local/consumer/2014-09-08-1.707551

وعلى السلوك الاجتماعي... ويمكن عن طريق دالة الاستهلاك الوقوف على الكيفية التي يتمكن بها الأفراد ذوي الدخول المحدودة من تدبير أمور حياتهم وعلى درجات الميل للاستهلاك[11].

- **المجتمع الاستهلاكي:** بدء تداول مصطلح **المجتمع الاستهلاكي** في الاقتصاد منذ الثورة الصناعية وبالأخص بعد الحرب العالمية الثانية. وبالتالي فالمجتمع الاستهلاكي هو " المجتمع الذي يبني نظامه على الاستهلاك الهائل للسلع والخدمات. مع وصول الثورة الصناعية، كان لا بد من مواءمة فائض الإنتاج مع زيادة استهلاك المجتمعات. للقيام بذلك، على أساس نموذج رأسمالي، شجعت الدول على زيادة الاستهلاك، من أجل التخلص من كل ذلك الإنتاج الذي أتى به التصنيع "[12]. بمعنى أكثر تحديداً **المجتمع الاستهلاكي** هو نوع المجتمع الذي يقوم فيه النظام الاقتصادي على الاستهلاك الشامل، وهو نوع المجتمع الذي تؤدي فيه الزيادة في الإنتاج إلى تكاثر المنتجات التي سيتم استهلاكها وبالتالي خلق احتياجات ورغبات جديدة. " يستخدم مصطلح "المجتمع الاستهلاكي" للإشارة إلى مجتمع يتم فيه تشجيع المستهلكين على استهلاك السلع والخدمات بكثرة "[13].

وفي وقتنا المعاصر لم يعد التناقض بين الدول إيديولوجياً بمعنى أدق بين دول رأسمالية وأخرى اشتراكية، وإنما أصبح التناقض الحقيقي المعلن بين دول فقيرة وأخرى غنية، ويعتبر النمو غاية ينبغي العمل على بلوغها، فنجد أنفسنا في مواجهة ظاهرة

---

(11) أحمد زكي بدوي: **معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية**، مكتبة لبنان، بيروت، ط2، 1982، ص(82).

(12) الاقتصاد بالعربية، **المجتمع الاستهلاكي – ما هو، التعريف والمفهوم**، https://www.economyinarabic.com/

(13) عبد الهادي صالحة: **حُمّى الاستهلاك! بين العادات الطبقية وثمرة الأخلاق الفردية**، مجلة الرافد الكترونية، الشارقة، 19-ديسمبر- 2021. https://arrafid.ae/Article-Preview?I=fVttRtkPlnw%3D&m=5U3QQE93T%2F0%3D

جديدة زيادة الإنتاج المستمرة، التي أطلق عليها جلبرت في كتابه ***The Affluent Society*** مجتمع الوفرة وأسماه مجتمع الاستهلاك. وفي مجتمع كهذا تعتبر زيادة الاستهلاك قيمة اجتماعية في حد ذاتها، فزيادة الاستهلاك في هذه المجتمعات يسهم في تشكيل العلاقات الاجتماعية والمعاني الاجتماعية على نحو لا يقل أصالة عن الإنتاج[14]. وتلعب وسائل الإعلام بمختلف أنماطها وأشكالها دوراً مركزياً في هذا المجتمع من خلال الدعاية والإعلانات وتكرارها والإصرار عليها والنفقات المذهلة التي تنفق عليها في المجتمعات الاستهلاكية لا يمكن أن يكون الغرض الوحيد منها إعلام جمهور المستهلكين بوجود السلعة ومزاياها، ولكن موجه في الحقيقة لخلق حاجات جديدة لدى جمهور المستهلكين الذي أشبع بالفعل كل الحاجات البيولوجية الضرورية، فالغاية هنا زيادة الاستهلاك التي تعتبر مطلباً ضرورياً بالنظر إلى زيادة الإنتاج والفائض منه[15].

ويمثل الشراء والاستهلاك أو الاستخدام نفسه جوهر عملية الاستهلاك في هذا المجتمع، لأن آلية السلوك الاستهلاكي تكشف عن الكيفية التي يتم من خلالها دمج الناس في إطارهم الاجتماعي، فالمنتجات ليست أكثر من موضوعات لأنظمة معينة من المعاني، بذلك يتشكل مفهوم الاستهلاك اجتماعياً، بحيث يطور الأفراد أنماطهم الاستهلاكية من خلال تنشئتهم الاجتماعية التي تستمد مشروعيتها من البُنى والقيم والمبادئ الاجتماعية والثقافية لمجتمع ما. كما أن الأفراد لا يستهلكون عادةً بمعزل

---

[14] عايدة إبراهيم السخاوي: **الإعلان في التلفزيون المصري وتكريس مفاهيم المجتمع الاستهلاكي**، من ندوة المجتمع الاستهلاكي ومستقبل التنمية في مصر، تحرير: أحمد مجدي حجازي، جامعة القاهرة، القاهرة، 2001، ص(13).

[15] المرجع السابق نفسه، ص(13-14).

عن بعضــهم البعض، بل يوجهون أنفســهم نحو ردود أفعال الآخرين – **ســواء أكانوا افتراضـــيين أم موجودين بالفعل** – مما يجعل التوجه الاجتماعي للاســـتهلاك تجاه الآخرين مفهوماً. ويمكن للفرد نفسـه اسـتخدام المقارنة مع الآخرين للتحقق من مواقفه وإنجازاته وأنماطه السلوكية ومراقبة ما إذا كان سلوك المستهلك الخاص به يتكيف مع المعايير المطبقة في بيئته[16].

وفي النهاية يمكننا القول إن **المجتمع الاســـتهلاكي عند بودريار** هو من مظاهر التكنولوجيا المعاصـــرة، الذي بدأ في الدول المتقدمة الغنية كتطور طبيعي، نتيجة لارتفاع مستوى الدخل، بعد أن أشبع الناس حاجاتهم الأساسية، وقد ساعد ذلك ضغط الحكومات والمؤســـســـات الكبرى لفتح أبواب الاقتصـــاد قبل أن يشـــبع الحاجات الضـرورية لمعظم الناس، حيث كان الاسـتهلاك عند بودريار بمثابة السـمة الرئيسـية للمجتمعات الغربية حيث إنه الاســتجابة العالمية التي ترتكز عليها المنظومة الثقافية بأكملها... كما يطرح بودريار مفهوم الاستهلاك على أنه أصبح وسيله للتفرقة، وليس للترضية، الثقافية بأكملها وهو نتيجة طبيعية لتولي الهيئات والأفراد هذه المسألة حيث تلاشـــي العـامـل الحقيقي الواقعي واســـتعـاض عنـه بعوامـل وهميـة عن العـامـل الحقيقي[17].

بناءً على ما سبق قدم السوسيولوجي الفرنسي المعاصر **بودريار** نقداً لاذعاً **لمفهوم المجتمع الاستهلاكي** في عديد من مؤلفاته أهمها: **مجتمع الاستهلاك** 1970، **ومرآة الإنتاج** 1973، **والتبادل الرمزي والموت** 1976 وغيرها. " وفي كتابه **نظام الأشــياء**

---

[16] حميد لشهب: **نقد الاستهلاكية في الحياة الغربية – رقمنة الإنسان وفقدان الهوية**، مجلة استغراب، العدد: 23، ربيع 2021، ص(152).

[17] صابرين زعلول السيد: **سطوة الميديا (العالم الافتراضي وأثره على المجتمع المدني)**، مجلة استغراب، ربيع 2018، ص(276).

1968 قدم بودريار وصـــفاً نقدياً لمنزل برجوازي نموذجي بأثاثه، ولا ســـيما المرايا والخشــب والإنارة، ... إلخ. ليصــل في نهاية الأمر إلى أن المجتمع ســيطرت عليه أســطورة الاســتهلاك المفرط إلى حد اقتناء ما ليســت هناك حاجة إليه. وفي القســم الثاني من الكتاب حلل بودريار **(النظام الاجتماعي – الإيديولوجي للاســـتهلاك وموضوعاته)**، وهو يرى أن مواضيع الاستهلاك صارت اليوم أكثر تعقيداً من سلوك الناس المتعلق بها. فقيمة الأشـــياء لم تعد تتوقف على منفعتها، بل دخلت متغيرات أخرى إلى معادلة استهلاك الأشياء، وأصبحت هي المتحكّم الفعلي في فعل الشراء، فالسيارة التي يرغب الجميع في اقتنائها هي السيارة الأفخم والأجمل والأقوى، ولم يعد الأمر متوقفاً فقط على الوظيفة التقليدية للســيارة المتمثلة في كونها وســيلة انتقال لقد تغيرت طبيعة الأشـياء، بحيث صــار اقتناؤها منزوعاً من غائيته الأصـلية ليدخل في مدار آخر مختلف، وقد انعكس ذلك على مضـــمون الســلعة ذاتها وعلى ســـلوك المســـتهلك"[18]. أما في كتابه **مجتمع الاســـتهلاك** قدم نقداً لاذعاً للمجتمع الغربي المعاصـــر، وبالأخص المجتمع الأمريكي الذي تحول من قيم الليبرالية إلى واقع يقوم على معايير استهلاكية تحكمه مؤسسات الدعاية والاتصال بمنطق يعمل على إلغاء الحياة الفعلية للأفراد، ليكون مجتمع الاســـتهلاك بذلك يعبر عن التطور الطبيعي لانحرافات الليبرالية. وفي هذا الصــــدد يقول بودريار " **لابد من القول من البداية، بوضوح أن الاستهلاك هو نمط علائقي فعال (ليس نمط علاقات بالأغراض وحسب**

[18] بدر الدين مصطفى: **دروب ما بعد الحداثة**، مؤسسة هنداوي، المملكة المتحدة، ط1، 2018، ص(258).

بل بالجماعة وبالعالم). نمط فعالية مبرمجة ورد إجمالي يتأســس عليه كل نظامنا الثقافي "[19].

إنه **السياق الاجتماعي** العام الذي يندرج ضمنه تحليل بودريار ففي عالم الاستهلاك والوفرة لم يعد أفراد المجتمع محاطين في نظره بعالم البشر أمثالنا إنما بعالم الأشياء، وبحكم الإصــرار الذي تمارســه **وســائل الإعلام والدعاية** أصــبحنا نخضــع لمنطق الطاعة بسبب عنصر التكرار والتعود ففقدنا العلاقة بالآخر المثيل والمشابه إلى درجة أن هذه الأشياء التي تحكمها قيمة التبادل والتي تعد ثمرة الجهد الإنساني تعمر أكثر منا[20]. وفي هذا الصدد يقول بودريار: " **نحن محاطون بأشياء تُنتج بكميات هائلة، ويبدو كأنه ليس لها فائدة جلية. إن قيمتها لا تُســتمد من وظيفيتها بل من معناها الثقافي. ليصــبح فعل الاســتهلاك حدثاً اجتماعياً. إن الحشــود الأكبر والأكثر تكرراً التي نراها هي متسوقو صباح السبت، ونقوم بمحاكاة سلوكهم لأن المحاكاة تعبر عن رغبتنا بالانتماء إلى القطيع. ونحن لا نتصـــرف على نحو متفرد، بحرية وباستقلالية وبأصالة، بل نعبر عن رغبة الجميع بأننا يجب أن نتسوق. إنها الراحة المحببة لذهنية القطيع. بالمقابل لا نرى جمهور الأفراد المنفصلين الذين يجلسون في المنزل ولا يشــترون. إن حقيقة أن الاســتهلاك جلي هكذا هي ما يجعلنا نفكر أنه عادي، لكنه ليس هكذا** "[21].

[19] جان بودريار: **المجتمع الاستهلاكي**، ترجمة: خليل أحمد خليل، دار الفكر اللبناني، بيروت، ط1، 1995، ص(5).

[20] آمال علاوشيش: **في نقد المجتمع الاستهلاكي**، حوليات جامعة الجزائر 1، العدد: 32، الجزء: 3، سبتمبر 2018، ص(246).

[21] ســتيورات براي: **النزعة الاســتهلاكية من منظار بودريار**، ترجمة: أســامة إســبر، مجلة بدايات، مجلة بدايات، العدد:32، بيروت. https://bidayatmag.com/node/1356

إن السلع التي تعكس الإفراط والإسراف وكما تعرض في واجهات المحلات تسيل لعاب المارة من الزبائن المحتملين، ولعل فيما تقدمه المجمعات العصرية أبرز دليل، ويعني بها المراكز التجارية الكبرى التي أصبحت تضاهي مدينة بكاملها من خلال ما تتضمنه من مرافق تقدم الضروريات والكماليات المادية والمعنوية منها. لتصبح عملية الاستهلاك في مثل هذه الأماكن تعكس ما يسميه بودريار زواج الرفاهية والجمال والفعالية، وهناك نكون في نظره في مقر أو بؤرة الاستهلاك كتنظيم عالم لما هو يومي ومألوف، مثل هذه المجتمعات ستتوسع إلى ما سيعرف لاحقاً بمدن المستقبل، وفي مثل هذه الأماكن تتجمع آلهة الاستهلاك[22]. وعليه فإن بودريار يؤكد على **النزعة الاستهلاكية*** التي يتسم بها المجتمع المعاصر. كما يؤكد على خطرها في تغيير القيم وتأثيرها في مناحي الحياة كلها فيصف العالم المعاصر بعصر استهلاك الأغراض لقوله: " **إننا نعيش في عصر الأغراض: أعني نعيش على إيقاعها وبمقتضى تعاقبها المتواصل، فنحن الذين نشهد ولادتها اليوم، ونشهد اكتمال موتها** "[23].

هذا وتضع **أعجوبة الاستهلاك** كما يسميها بورديو جهازاً من الأشياء المخادعة والعلامات التي تشخّص السعادة أي تبشر بها، لتنتظر بعد ذلك حصولها. إنه الإيمان بظاهرة الاستهلاك التي أصبحت ميراثاً للأجيال بحيث لم نعد نرث الخيرات فقط، إنما الحق الطبيعي في الوفرة والرخاء باعتباره نتيجة التقنية التقدم، كما أن وسائل الإعلام

---

[22] آمال علاوشيش: **في نقد المجتمع الاستهلاكي**، مرجع سبق ذكره، ص(246).

* لمزيد من القراءة والاطلاع حول **مفهوم النزعة الاستهلاكية** انظر: سعو نبيل: **النزعة الاستهلاكية وأثرها على فلسفة ما بعد الحداثة لجان بودريار**، مجلة دراسات، الجزائر، المجلد: 11، العدد: 01، 2022.

[23] جان بودريار: **المجتمع الاستهلاكي**، مرجع سبق ذكره، ص(9–10).

والاتصـــال الجماهيري لم تمنحنا الحقيقة إنما وهم الحقيقة وظلّها، وأصـــبحنا نعيش بمعزل عما يجري في العالم من أحداث، في ظل شـــعور زائف بالأمن، لننعزل بذلك عن كل نشـــاط ســـياســـي واجتماعي وثقافي عبر ما يســـميه بودريار **براكســـيس الاستهلاك**، ومنه تكتسي الاحتياجات صبغة فتيل أشعله السوق لأنها ليست ضرورية أو حقيقة، وليصـــبح التبضـــع أو التسـوق بذلك الأسـلوب أو الشـكل المعاصـر في الحصـول على السـعادة، والنتيجة أنه تم اغتيال الواقع عبر إفراز واقع مضـاد وإخفاء الصـــورة الحقيقية له عن طريق وســـائل الميديا التي نجحت في تعبئة أذواق الأفراد بشـــكل تجاري عبر التحكم في أوقات فراغهم كما تقدم[24]. بذلك تبدل نمط حياة الإنســان المعاصــر، حيث كانت المجتمعات القديمة تنتج أســاطيرها لتؤمن التحكم بأفرادها، وتحقق توازناتها في الداخل، ومع الخارج، بينما الفرد المعاصـــر اليوم وفي المجتمع الاستهلاكي يتحول إلى أسطورة، ولهذا فهو ليس بحاجة إلى إنتاج الأساطير حسـب ما يؤكد بودريار: " **فكل الوظائف والحاجات قد وضـعت واسـتعملت لأغراض الربح وحسب، بل أيضاً بالمعنى الأعمق، حيث تمسح كل شيء، أي تبرمج وتدوزن في خيالات، في علامات، في نماذج قابلة للاستهلاك** "[25].

لقد أصـــبح **مركز الاســـتهلاك هو الحياة اليومية** التي تحولت فيها الممارســـة من الشـأن السـياسـي والاجتماعي لتصـبح اهتماماً باليومي، وتختفي المجالات السـياسـية والاجتماعية والثقافية لصالح المجال الخاص متمثلاً في العمل والأسرة وأوقات الفراغ، كما نجح الاســتهلاك في أن يجعل الناس يشــعرون بأمن زائف من خلال خلق كائن

---

[24] آمال علاوشيش: **في نقد المجتمع الاستهلاكي**، مرجع سبق ذكره، ص(246–247).

[25] جان بودريار: **المجتمع الاستهلاكي**، مرجع سبق ذكره، ص(257–258).

سلبي أي ذات سلبية تفتقر إلى الشعور بالذنب أو التقصير حينما تكون المخاطر والكوارث بعيدة عنها، وليصبح الفرد بذلك كائناً مطواعاً محايداً وهامشياً، ويترتب عن ذلك أن تصبح علاقته بما يجري من حوله علاقة فضول لا أكثر[26].

وهكذا أصبحت **مراكز (مولات) التسوق إقطاعيات** تدير ذاتها بذاتها وتمتلك قوانينها الخاصة وعملاتها الخاصة وثقافتها الخاصة ومناخها الخاص. إن كل ما تحتاج إليه هذه المولات كي تنفصل كلياً عن البلاد التي تقع فيها أن يكون لها أحياؤها الخاصة بالمستهلكين. ثم نحتاج إلى أن نضيف سلطات جوازات السفر على الحدود، حينها يصبح المول كياناً جيوسياسياً مميزاً. وعلى كوكب تتفوق فيه الشركات على الحكومات، هذا ليس بعيد المنال[27].

كما وينجم عن **التبذير والإسراف** في النفقات، والتي تعد من مميزات المجتمع الاستهلاكي الكثير من المخاطر والتهديدات التي تمس الإنسان والبيئة بسبب انتعاش الصناعة، وذلك من قبيل التلوث الناتج عن ثقب الأوزون وتلوث المياه والهواء، طبعاً بما يرافقه من توتر سيكولوجي واجتماعي يصيب الفرد والجماعة، وبذلك تدفع شريحة من المجتمع ممن يعجزون عن مواكبة التطور الحاصل والنموذج المفروض تكلفة استضعافهم، وفي مثل هذا الوضع تزداد الاستهلاكات غير الوظيفية فردية كانت أو جماعية بسرعة تفوق الاستهلاكات الوظيفية والاستعمالاتية، فيتطفل النظام على نفسه. مثل هذه الأذية والإضرار التي يفرزها النظام إنما هو في واقع الأمر يتغذى منها ليضمن استمراريته وبقاءه، لأنها بمثابة عوامل إيجابية للنمو تنعش الإنتاج

[26] آمال علاوشيش: **في نقد المجتمع الاستهلاكي**، مرجع سبق ذكره، ص(247).

[27] ستيورات براي: **النزعة الاستهلاكية من منظار بودريار**، مرجع سبق ذكره.

والاســــتهلاك[28]. بذلك أدرك النظام بأن الســـكان بحاجة إلى أن يعبئوا باعتبارهم مستهلكين لا مجرد عمال ومنتجين، لأن الاستهلاك يضمن بقاء النظام واستنساخه، وتقديم نموذج جديد للتنشئة الاجتماعية والمشاركة الوهمية في المجتمع[29].

وفي تحليله **الظاهرة التبذير** يؤكد بودريار أنها أصــــبحت علامة على العيش والحياة، يتساوى في ذلك الفرد والجماعة، والتي تغير بمقتضاها مفهوم المنفعة وكذلك الحاجة، لتصبح الوفرة تدريجياً قيمة باعتبارها " **الصورة الخلابة للمجتمع الاستهلاكي** "[30]، إنه الإنفاق المبالغ فيه الذي تجسده شخصيات المشاهير السينمائية والرياضية وغيرها، والتي قامت مقام الشخصيات التاريخية الكبرى[31]. وهكذا يعمل الاستهلاك حسب بودريار على **نشر القيم السلبية المتمثلة في التبذير والإسراف**، حيث يعرف بودريار الاســــتهلاك من خلال القيم الســــلبية بقوله: " في الأفق يرتســــم تعريف الاستهلاك بوصــفه إتلافاً أي تبذيراً إنتاجياً، وهو أفق معاكس لأفق الاقتصــاد القائم على الضــرورة، والتراكم والحســاب، حيث يقدم النافل على الضــروري، وحيث يسـبق الإنفاق بقيمته التراكم والتملك، وبالتالي فإن التبذير والإســـراف من أهم معاني الاســـتهلاك، فقد يتطلب الاســـتهلاك تراكماً في الإنتاج من أجل التغلب على الندرة لتلبية الحاجات الاستهلاكية، وعندما تساعد الحاجات على تحقيق السعادة تصبح

---

[28] آمال علاوشيش: **في نقد المجتمع الاستهلاكي**، مرجع سبق ذكره، ص(247).

[29] تيم إدواردز: **النظرية الثقافية – وجهات نظر كلاســيكية ومعاصـــرة**، ترجمة: محمود أحمد عبد الله، المركز القومي، القاهرة، العدد: 2008، ط1، 2012، ص(288).

[30] جان بودريار: **المجتمع الاستهلاكي**، مرجع سبق ذكره، ص(260).

[31] آمال علاوشيش: **في نقد المجتمع الاستهلاكي**، مرجع سبق ذكره، ص(247).

أحلام والرغبات مرتبطة بالصور الثقافية الاستهلاكية المتمثلة في الإفراط والإسراف والتبذير والفوضى والعنف... وغيرها "[32].

يقدم الاستهلاك نفسه على أنه السياق العام الذي يقضي ويقلّص من مجال التمرد والفردية والتميز ليقع الفرد في فخ التماهي مع الجماعة ويكون جزءاً من القطيع، يمتثل لما يحدده المجتمع من مقاييس، وهو ما يظهر بجلاء في محاولته التّشبه بالمشاهير لينساق بذلك ضمن نمط يقرره المجتمع . إنه التنميط والقولبة. " بذلك يقوم الاستهلاك على فكرة التعميم وتوحيد كل الناس في قالب قيمي واحد وفق منظمة إيديولوجية تعمل على إكراه اجتماعي غير واعٍ هدفها فرض قيم وسلوكيات جديدة على الفرد وفق إكراه اجتماعي لا يعيه الفرد بل يذهب فقط إلى إشباع حاجاته وتحقيق رغباته وذلك باقتنائه للكماليات من أجل إشباع رغباته "[33].

وضمن الإطار نفسه يتوهم حصوله على المساواة التي ليست سوى مساواة شكلية أو صورية ووهمية، وبالتالي يقع في وهم السعادة التي تتأسس على الاستهلاك والتملك والرفاهية، ويكون الاستهلاك بذلك مؤسسة طبقات تفرض منطقاً للخلاص يقوم على الأشياء، وليقوم بذلك لا على منطق الإشباع إنما على منطق الإنتاج والتلاعب بالرموز الاجتماعية، ويصبح مسألة للتصنيف والمفاضلة ، والصفة المميزة له – للاستهلاك– هي طابعه اللامحدود. ليغدو الاستهلاك نفسه حسب **بودريار** كنظام يتيح الاندماج في الجماعة، ليكون منظومة من القيم الإيديولوجية ونظاماً

---

[32] دحماني فتيحة، عبة رشيدة: **ثقافة الاستهلاك وأثرها على قيم الفرد من منظور جان بودريار**، مجلة الحكمة للدراسات الفلسفية، الجزائر ، المجلد: 10، العدد:1، 2022، ص(340-341).

[33] المرجع السابق نفسه، ص(340).

للاتصال أو التواصل، وبنية للتبادل، فيفرض وكأنه واجب اجتماعي لاشعوري. إنه مجتمع يدرب أفراده ويمرنهم على الاستهلاك بل ويقوم بترويضهم اجتماعياً على ذلك(34).

نستنتج مما تقدم، أن ظاهرة الاستهلاك كما نشهدها اليوم أضحت مودة العصر، فمن يستهلك أكثر وأغلى هو الأعلى في التراتبية الاجتماعية والتميز، خاصة في ظل تلاشي واختفاء الصفة الوظيفية والنفعية للأدوات لتصبح في العصر ما بعد الصناعي مجرد أجزاء موضوعاتية للعب والتسلية، ولعل في الطريقة التي يستخدم فيها أطفالنا أجهزة الحاسوب والهواتف النقالة أبرز مثال على ذلك، ومعنى هذا أن ظاهرة الاستهلاك باستفحالها قد نجحت في خلق ذهنية مستهترة تستهين بكل شيء لتفرز فرداً مشتتاً خانعاً ومستكيناً عقيماً وعاجزاً، اتجاه الأشياء واتجاه أقرانه من البشر، بما أنه تم إغواؤه وتزييف وعيه وقناعاته، وراح يلهث خلف شبح السعادة الوهمية ساعياً إلى مطاردته دون أن يفلح في الإمساك به، ما دامت حاجاته تتنامى باستمرار وهو عاجز عن إشباعها ليختصر وجوده في ما هو مادي محض.

ختاماً، إن ما يقلقنا في هذا السياق خطر الاستهلاك المفرط اللاوعي على فئة الشباب وما يلحق بها من ضرر، وبالأخص عندما يفرض المجتمع الاستهلاكي على الشباب اللحاق بالموضة، وبكل ما هو جديد بشكل قسري وإجباري، حيث عملت فكرة الموضة على حصر كل القيم الإنسانية في قيمة واحدة وهي التسارع والتماشي مع كل ما هو جديد بعيداً عن كل ما هو أخلاقي أو ديني، فأصبحت بذلك أخلاقية

---

(34) آمال علاوشيش: **في نقد المجتمع الاستهلاكي**، مرجع سبق ذكره، ص(248)

الجمال من أخلاقية الموضـــة. وبالتالي فإن المجتمع الاســـتهلاكي ومن خلال دور الإعلانات في نشـر وتعزيز الموضـة وتحويل قيم الفطرة الإنسـانية، أصـبحت تهتم بالجسد لا بوصفه قيمة خاصة بالإنسان، وإنما بوصفه سلعة قابلة للعرض والتسويق كالأشياء يمكن عرضها وبيعها لتحقيق غرض استهلاكي آني.

وهكذا يسعى الاستهلاك من خلال أدواته إلى التلاعب بالجسد كقيمة، دون اعتبار لأي ضـــوابط أخلاقية، وهذا ما أكد عليه بودريار من خلال تحليله للنموذج الذكري والأنثوي في مجال الاستهلاك مؤكداً أن الإعلانات تقوم على فكرة تفكيك فكرة الجسد وتجريده من كل القيم والضـوابط الأخلاقية من خلال إفساد الأذواق العامة، مما أدى إلى الخلط بين النموذجين الـذكوري والأنثوي بـل يتعـدى الأمر إلى ظهور نموذج جنســـي ثالـث (خنثوي)، بمعنى آخر ظهور المخنثين من الرجال والمترجلات من النساء وخاصة من خلال أذواق الموضة المعاصرة التي هدفها الأساسي الربح دون النظر إلى أي قيمة أخرى، إلا لترســـيخ قيم المتعة والترفيه وإطلاق العنان للغرائز الجنسية بشكل مباشر أو غير مباشر تحت مسمى الحرية وتتبع الموضة التي تسوق لصورة الإنسان الحضاري الزائف الذي يتساوى مع منطق الأشياء والسلع.

*** د. حسام الدين فياض/ الأستاذ المساعد في النظرية الاجتماعية المعاصرة/ قسم علم الاجتماع/ كلية الآداب في جامعة ماردين- حلب سابقاً.***